



Análisis Del Microentorno Del Marketing

Sku: CT2217

Horas: 11

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. El Mercado. 1.1. Definición y dimensiones del mercado. 1.2. Clasificación de los mercados. 1.3. Segmentación de mercados: conceptos y técnicas. 1.4. Posicionamiento de productos/marcas en el mercado. 2. Componentes del microentorno del marketing. 2.1. Los clientes. 2.2. La competencia. 2.3. Los sistemas de distribución. 2.4. Los proveedores. 2.5. Las instituciones comerciales. 2.6. La normativa sectorial.